



Neue Wohnform in Düsseldorf Oberbilk: Die Firma Gentes Baumanagement vermarktet diese Anlage mit Niedrig-Energie-Standard.

Entwickler von Wohnprojekten kämpfen mit Marktforschung und Phantasie gegen rückläufige Geschäfte

Bauträger entdecken den Kunden

Der Kunde ist für viele Bauträgersgesellschaften nach wie vor ein unbekanntes Wesen. Entsprechend häufig gehen Wohnprojekte an den Wünschen der potenziellen Käufer vorbei. Doch manche Projektentwickler lernen dazu, beispielsweise von der Automobilindustrie. Sie betreiben Marktforschung - und haben Erfolg.

ANNE WIKTORIN
HANDELSBLATT, 7.3.2003

DÜSSELDORF. „Mittelmäßige Pralinen in tolle Verpackungen zu stecken, das funktioniert nicht mehr“, weiß Karl Strenger, Geschäftsführer der Strenger Bauen und Wohnen GmbH in Ludwigsburg. Wer als Bauträger heute erfolgreich sein wolle, der müsse ein Produkt anbieten, das „wirklich super“ sei. „Und wie das auszusehen hat, entscheidet der Kunde“, sagt Strenger.

Lange haben deutsche Bauträger nicht wahrhaben wollen, was auch für sie gilt: Der Wurm muss dem Fisch - und nicht dem Angler - schmecken. In den Boomzeiten der Neunziger konnte die Kundschaft noch mit eintöniger Allerweltsarchitektur in miserabler Lage und mittelmäßiger Bauqualität

folgreich sein wolle, der müsse ein Produkt anbieten, das „wirklich super“ sei. „Und wie das auszusehen hat, entscheidet der Kunde“, sagt Strenger.

Lange haben deutsche Bauträger nicht wahrhaben wollen, was auch für sie gilt: Der Wurm muss dem Fisch - und nicht dem Angler - schmecken. In den Boomzeiten der Neunziger konnte die Kundschaft noch mit eintöniger Allerweltsarchitektur in miserabler Lage und mittelmäßiger Bauqualität

abgespeist werden. Das indes hat sich gründlich gewandelt. „Die Branche steht vor einem gewaltigen Bereinigungsprozess“, weiß Universitätsprofessor Volker Eichener. „Allein auf Grund der demographischen Entwicklung wird das Bauträgersgeschäft um bis zu 40 Prozent schrumpfen“, prognostiziert der Leiter des Inwis-Instituts für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung an der Ruhr-Universität Bochum. Nachdem die geburtenstarken Jahrgänge bereits weitgehend mit Wohneigentum versorgt sind, bricht die Nachfrage nun förmlich ein: „Der Geburtsjahrgang 1973 ist nur noch halb so stark wie der des Jahres 1963“, rechnet Eichener vor. Und noch etwas belastet den Markt: In gleichem Maße, wie die Anforderungen

der Leiter des Inwis-Instituts für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung an der Ruhr-Universität Bochum. Nachdem die geburtenstarken Jahrgänge bereits weitgehend mit Wohneigentum versorgt sind, bricht die Nachfrage nun förmlich ein: „Der Geburtsjahrgang 1973 ist nur noch halb so stark wie der des Jahres 1963“, rechnet Eichener vor. Und noch etwas belastet den Markt: In gleichem Maße, wie die Anforderungen

an die berufliche Mobilität steigen, sinkt das Interesse an Wohneigentum. Zum Nomaden der Moderne passt eben kein Eigenheim. Wer das dennoch an den Mann bringen will, braucht Ideen: „Mit phantasielosen Standardprodukten jedenfalls lockt man keinen Kunden mehr“, resümiert Eichener.

Lutz Kroneberg, Marketingchef der Düsseldorfer Gentes Baumanagement GmbH, bestätigt: „Unsere städtische Klientel ist selbstbewusst, gut informiert und hat klare Vorstellungen davon, wie und wo sie wohnen will.“ Individualität und Flexibilität, so der Stratege, stünden dabei im Zentrum der Wünsche. Bei seinem aktuellen Projekt „it's“ auf dem 11 000 Quadratmeter (qm) großen Gelände der ehemaligen BMW-Niederlassung im größten Düsseldorf-Stadtteil Oberbilk setzt der Projektentwickler daher auf Variantenreichtum: Insgesamt 82 Wohnungen sind im Angebot, dabei kann der Kunde zwischen 13 verschiedenen Wohnformen und Grundrissen wählen, angefangen vom 64 qm großen Studio im Maiso-

nettestil bis hin zum dreigeschossigen Atelier mit 114 qm Wohnfläche und Patio. Im Quadratmeterpreis von 2 300 bis 2 500 Euro inbegriffen sind überdies: ein separater Wohnungseingang, der direkte Zugang zur Tiefgarage, eine extensive Dachbegrünung, schadstoffarme Baustoffe, Niedrigenergiestandard, eine 700 qm große Wasserfläche und ein autofreier „Boulevard“. Mit der Vermarktung ist Kroneberg sehr zufrieden. Ebenso erfolgreich ist Kollege Strenger aus Ludwigsburg mit seinem Pro-

jekt „Arkadien Asperg“. Sein Erfolgsgemeinheits: „Ähnlich wie in der Automobilbranche fragen wir heute Kundenwünsche ab.“ Eine Marketingagentur interviewte bereits im Vorfeld des Projekts potenzielle Käufer.

Herausgekommen ist das Konzept des „urbanen Dorfes“: In der Tradition der Gartenstadt entstand auf gut 15 000 qm eine Siedlung aus 90 Ein- und Zweifamilien- sowie Reihenhäusern und Eigentumswohnungen. Wie in Düsseldorf liegen die Quadratmeterpreise zwischen 2 300 und 2 500 Euro. Ein zentraler Dorfplatz, allerlei Wasserläufe, Grünanlagen und Freiflächen sorgen für die offenbar gewünschte Nestwärme. „Die soziale Komponente spielt eine große Rolle“, hat Bauträger Strenger erfahren: „Der Kunde will wissen: Wer wohnt neben mir?“ So teilt sich das dörfliche Kollektiv einen circa 60 qm großen Gemeinschaftsraum, der von der Krabbelgruppe ebenso genutzt wird wie von den Gästen der Familienfeier oder den Teilnehmern der Eigentümerversammlung. Überdies kümmert sich

traler Dorfplatz, allerlei Wasserläufe, Grünanlagen und Freiflächen sorgen für die offenbar gewünschte Nestwärme. „Die soziale Komponente spielt eine große Rolle“, hat Bauträger Strenger erfahren: „Der Kunde will wissen: Wer wohnt neben mir?“ So teilt sich das dörfliche Kollektiv einen circa 60 qm großen Gemeinschaftsraum, der von der Krabbelgruppe ebenso genutzt wird wie von den Gästen der Familienfeier oder den Teilnehmern der Eigentümerversammlung. Überdies kümmert sich ein „Siedlungsmanager“ um die Dinge des Alltags: Er gießt Blumen, trägt Briefe zur Post und sorgt sich um die Gemeinschaftsanlagen.

Bauträger, das hat auch das Ratinger Unternehmen Interboden erkannt, produzieren längst nicht mehr nur die sprichwörtlichen „eigenen vier Wände“. Vielmehr gehe es darum, „Lebens- und Trendwelten“ zu schaffen, die auch „soziale und kulturelle Bedürfnisse ihrer Bewohner erfüllen“, glaubt Interboden-Geschäftsführer Reiner Göt-

zen. Zum -geschützten- Markennamen „Lebenswelt-Konzept“ gehört daher auch das „Wohnen plus“-Modell, ein Serviceangebot mit Rezeption, Reinigungs- und Transportservice, Gemeinschaftsräumen und Gästeapartments. Mit seinem neuen Projekt „Quartis“ auf einem Teil des ehemaligen Betriebsgeländes des Maschinenbauers Balcke-Dürr im Ratinger Osten will Interboden nun beweisen, dass solcherlei Markenbildung auch auf dem Wohnungsmarkt möglich ist. In einem ersten Bauabschnitt entstehen 13 Einfamilienhäuser und drei Stadtvillen mit knapp 30 Mietwohnungen. Bereits vor ihrer Fertigstellung sind diese an Kapitalanleger verkauft - ungewöhnlich in Zeiten, in denen das Geschäft mit Kapitalanlageobjekten als praktisch tot gilt.

Möglich, dass auch im rheinischen Ratingen die klassische Marktanalyse inklusive Kundenbefragung der Vater des Erfolges war. Inwis-Forscher Eichener jedenfalls ist sicher: „Wer nach dem Einmaleins der Marktforschung vorgeht, wird belohnt.“ Allerdings, so seine Einschätzung, haben dies erst weniger als fünf Prozent der Bauträger erkannt. Der Rest verkaufe weiter sein Standardprodukt. Doch die Zeit läuft ab: Karl Strenger bereut bereits, erst vor vier Jahren auf die professionelle, kundenorientierte Produktentwicklung umgestellt zu haben. „Das hätten wir schon vor zehn Jahren tun sollen.“

Möglich, dass auch im rheinischen Ratingen die klassische Marktanalyse inklusive Kundenbefragung der Vater des Erfolges war. Inwis-Forscher Eichener jedenfalls ist sicher: „Wer nach dem Einmaleins der Marktforschung vorgeht, wird belohnt.“ Allerdings, so seine Einschätzung, haben dies erst weniger als fünf Prozent der Bauträger erkannt. Der Rest verkaufe weiter sein Standardprodukt. Doch die Zeit läuft ab: Karl Strenger bereut bereits, erst vor vier Jahren auf die professionelle, kundenorientierte Produktentwicklung umgestellt zu haben. „Das hätten wir schon vor zehn Jahren tun sollen.“

© Weitere Informationen zum Thema lesen Sie unter www.handelsblatt.com/immobilien

INTERNETADRESSEN

www.f-q-m.de: Fach- und Qualitätsverband für Massivhäuser e.V. - hat das Qualitätssicherungssystem des TÜV Rheinland/Berlin-Brandenburg zur Bedingung für Mitglieder gemacht. Gibt auf der Web-Site Bauherren Tipps zur Vertragsgestaltung mit Bauherren und zur Konkursabsicherung.

www.iib-institut.de: Institut Innovatives Bauen - Gutachter, Bauberater und Entwickler von Wohnkonzepten.

www.inwis.de: Inwis-Instituts für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung an der Ruhr-Universität Bochum - führt u.a. Mieterbefragungen durch, erstellt Wohnungsbedarfs- und Gewerbeflächenprognosen sowie Markt- und Standortanalysen, erforscht neue Geschäftsfelder.